

Глава компании Эндрю Уилсон подтвердил эту информацию во время последнего телефонного звонка с аналитиками по прибыли.

В ответ на вопрос Эрика Шеридана из Goldman Sachs о динамическом внедрении рекламы в традиционные AAA-игры, Уилсон заявил: «Реклама может стать значительным фактором роста для нас».

Внезапное решение EA не является новым явлением в индустрии. Так, ранее компания уже сталкивалась с критикой в 2020 году, когда разместила полноэкранные рекламные блоки телешоу «The Boys» в игре UFC 4. Под общественным давлением она была быстро удалена.

На протяжении многих лет компании, такие как EA, внедряли рекламу в игры, начиная от реалистичных билбордов в играх типа Need for Speed: Underground 2 до политических объявлений в Burnout Paradise. В последние годы также появились попытки размещения рекламы в играх симуляторах, таких как American Truck Simulator и Euro Truck Simulator 2, где рекламные объявления естественно вписываются в среду по сторонам дорог.

Признавая высокие затраты на разработку AAA-игр, EA стремится внедрить рекламу более аккуратно, чтобы не нарушать игровой процесс и удовлетворить требования игроков. Всё же, многие игроки ожидают, что купленные за большие деньги игры останутся свободными от рекламы.